

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang di gunakan adalah kuantitatif dengan pembuktian hipotesis. Berdasarkan eksplanasinya penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2008;36).

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di AHASS PT Sumber Purnama Sakti Gresik. Jalan Jaksa Agung Suprpto no 32 Gresik.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu para konsumen AHASS PT Sumber Purnama Sakti Gresik.

3.3.2. Sumber Data

Dalam upaya mengumpulkan data primer dalam penelitian ini bersumber langsung dari kuesioner yang telah di isi oleh konsumen AHASS PT Sumber Purnama Sakti Gresik.

3.4. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2005;55).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa perawatan sepeda di AHASS PT Sumber Purnama Sakti Gresik.

2. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006;34). Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2005;56). Sampel yang baik menurut (Sugiyono, 2005;57) antara 30-500 responden, Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 100 Responden dari semua konsumen AHASS PT Sumber Purnama Sakti Gresik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang secara kebetulan melakukan perawatan sepeda di AHASS

PT Sumber Purnama Sakti, dan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2005;60).

3.5. Definisi Operasional Dan Cara Pengukurannya

Definisi operasional yang dijelaskan adalah operasionalisasi konsep agar dapat diteliti atau diukur melalui gejala-gejala yang ada. Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur, sehingga peneliti dapat mengetahui baik buruknya pengukuran tersebut. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Technical Quality (X1)*

Menurut Sharma dan Petterson (1999) dalam Indiantanti (2008) *Technical quality* yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output yang diterima oleh konsumen. Indikator :

- 1) Ketepatan waktu
- 2) Kecepatan pelayanan
- 3) Kerapian Hasil

2. *Functional quality (X2)*

Menurut Sharma dan Petterson (1999) dalam Indiantanti (2008) *Functional quality* yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa. Indikator :

- 1) Kepedulian
- 2) Keramah tamahan
- 3) Profesionalisme

3. Corporate image (X3)

Kotler (2003;123) yang menyebutkan bahwa citra perusahaan menggambarkan sekumpulan

- 1) Kesan (*impressions*) yang diberikan AHASS kepada konsumen.
- 2) Kepercayaan (*beliefs*) konsumen kepada AHASS PT Sumber Purnama Sakti.
- 3) Sikap (*attitudes*) pegawai AHASS PT Sumber Purnama Sakti terhadap konsumen.

4. Kepuasan Konsumen (Y)

Membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibanding dengan harapannya. Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila membeli atau mengkonsumsi suatu produk. kinerja yang dirasakan adalah daya tanggap konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Adapun indikator-indikator dari kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah:

- 1) melakukan pembelian ulang
- 2) mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
- 3) membeli jasa yang lain dari perusahaan yang sama

3.6. Metode Pengumpulan Data

Penelitian mengenai kepuasan biasanya dilakukan dalam bentuk survai. Hal ini dilakukan karena persoalan kepuasan banyak menyangkut tentang sikap, perilaku serta pandangan seseorang terhadap pelayanan yang dilihatnya. Penggunaan metode survai yang paling populer adalah dengan menggunakan alat bantu berupa kuesioner. Teknik pengumpulan data yang biasa dipergunakan adalah kuesioner, yaitu instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data dengan cara menyusun format pertanyaan yang telah didesain sedemikian rupa untuk memudahkan analisis sesuai dengan tujuan penelitian. Pengukuran variabel-variabel di atas dilakukan dengan skala Likert menggunakan lima skala pengukuran sebagai berikut (Rangkuti, 2002;82 – 83)

Nilai 1 = sangat tidak setuju (STS)

Nilai 2 = tidak setuju (TS)

Nilai 3 = netral (N)

Nilai 4 = setuju (S)

Nilai 5 = sangat setuju (SS)

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan dan kesahihan suatu alat ukur (Rangkuti, 2002;77). Instrumen yang valid/tepat berarti alat yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, dimana instrumen itu dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur suatu data supaya tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksudkan agar tercapai kevalidannya. Validitas berfungsi untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validitas menggunakan metode *Corrected item to total Correlation*. Item dinyatakan valid jika pada tingkat signifikan 5 % nilai r hitung $\geq r$ tabel (0,195) (lampiran 2).

dengan rumus korelasi *product moment*

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan

N = Banyaknya variabel

X = Skor item X

Y = Skor item Y

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada satu pengertian sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik sehingga mampu mengungkap data yang dapat dipercaya. Teknik yang digunakan adalah teknik *Alpha Cronbach*, digunakan untuk instrumen yang jawabannya berskala maupun dikhotomis.

$$R = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma b} \right]$$

R = reabilitas

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

σb = varian total

Dalam uji reabilitas ini suatu butir atau variabel dikatakan reliabel jika r alpha > 0,6 dengan signifikansi 5% .

3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda dengan empat prediktor, karena terdiri dari ketiga variabel bebas (X1 X2 dan X3) dan satu variabel terikat (Y). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel yaitu antara *technical quality* (X1), *functional quality* (X2), *corporate image* (X3) terhadap kepuasan

konsumen AHASS PT Sumber Purnama Sakti Gresik (Y). Persamaan regresi berganda dengan tiga prediktor dapat ditulis dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = variabel kepuasan konsumen

a = bilangan konstanta

b₁ = koefisien regresi *technical quality*

b₂ = koefisien regresi *functional quality*

b₃ = koefisien regresi *corporate image*

X₁ = variabel *technical quality*

X₂ = variabel *functional quality*

X₃ = variabel *corporate image*

ε = variabel gangguan (Sugiyono, 2005;250).

Untuk menentukan persamaan Regresi Linier Berganda yang menggunakan program komputerisasi yaitu SPSS.

3.8. Uji Asumsi Klasik

Persamaan regresi yang diperoleh dari analisis data harus menghasilkan estimator linear tidak terbatas atau bersifat *BLUE*(*Best Linear Unbias Estimator*) sehingga dalam pengambilan keputusan yang *BLUE* maka harus dipenuhi beberapa simulasi.

3.8.1. Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2001: 60).

Untuk mendiagnosis ada tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi dapat dilakukan dengan cara melakukan pengujian terhadap nilai uji Durbin – Watson (DW) di 1,736. di 1,613 (lampiran 3). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

1. Bila nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan ($4-du$), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol berarti tidak ada autokorelasi
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif .
3. Bila nilai DW lebih besar daripada ($4-dl$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif
4. Bila nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara ($4-du$) dan ($4-dl$) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan

3.8.2. Multikolinearitas

Adalah variabel independen yang satu dengan independen yang lain dalam model regresi saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. Apabila dalam model regresi terdapat multikolinearitas maka akan menyebabkan kesalahan estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel independen, tingkat estimasi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan

semakin besar dan probabilitas menerima hipotesis yang salah juga semakin besar, hal ini akan mengakibatkan model regresi yang diperoleh tidak valid untuk menaksir nilai variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *value inflation (VIF)*. Apabila nilai *tolerance value* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance value* $> 0,10$ dan *VIF* kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.8.3. Heteroskedastisitas

Artinya varians variabel dalam model tidak sama (konstan), hal ini bisa diidentifikasi dengan cara melakukan uji Glesjer, yaitu dengan meregresikan nilai absolute residual terhadap seluruh variabel bebas mempunyai t hitung yang tidak signifikan maka dapat dikatakan bahwa model dalam penelitian lolos dari adanya heteroskedastisitas.

3.8.4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2001;76).

3.9. Uji Hipotesis

Untuk menguji suatu hipotesis maka dilakukan uji statistik.yaitu

1. Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial

Hipotesis yang digunakan adalah

H_0 : $b_1, b_2, b_3 \neq 0$ maka tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (*technical quality, functional quality dan corporate image*) dengan variabel terikat (kepuasan konsumen)

H_a : $b_1, b_2, b_3 \neq 0$ maka ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (*technical quality, functional quality dan corporate image*) dan variabel terikat (kepuasan konsumen)

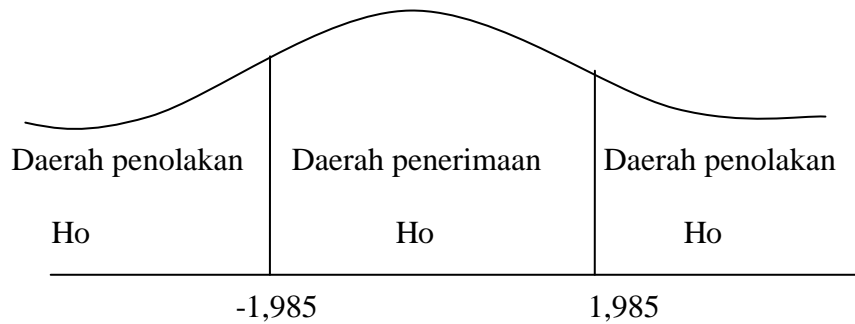
$$\text{Rumus } t \text{ hitung} = \frac{b_i}{se(b_i)}$$

Keterangan

b_i = koefisien regresi

se = standard error

Tingkat signifikansi $\alpha/2 = 1,985$ (lampiran 4) dengan $\alpha = 2,5\%$, jika t hitung $\geq t$ tabel maka H_0 ditolak dan diterima, yang artinya ada pengaruh antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y) secara parsial.jika t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel terikat (y) dan variabel bebas(y)



Gambar 3.1
Uji t

2. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Hipotesis yang digunakan adalah

Ho : $b_1 = b_2 = b_3 = 0$ maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas (*technical quality, functional quality dan corporate image*) dan variabel terikat (kepuasan konsumen)

Ha : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y) secara bersama- sama

$$\text{Rumus F hitung} = \frac{R^2/(K)}{1-R^2 (n-k-1)}$$

Keterangan

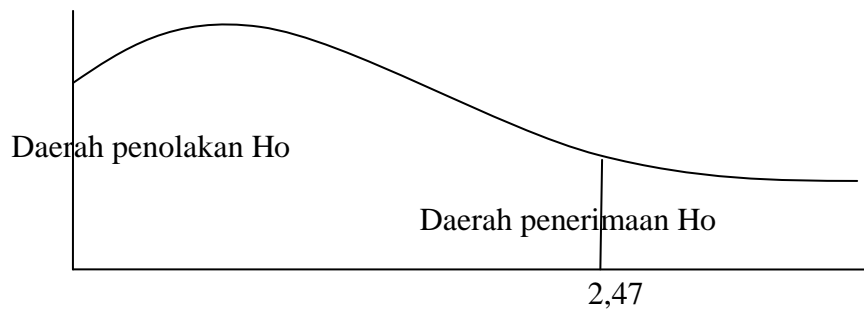
R = koefisien regresi

K = jumlah variabel independen

N = jumlah anggota sampel

Tingkat signifikansi α 5% (2,47) (lampiran 5) dengan $df = N-K-1$, jika F hitung \geq F tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya ada pengaruh antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y)

Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y)



Gambar 3.2
Uji F